

### Jovens mulheres: desafios para construção da diversidade de representação nos meios de comunicação

Miranda, Cynthia Mara

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Miranda, C. M. (2016). Jovens mulheres: desafios para construção da diversidade de representação nos meios de comunicação. *Revista Observatório*, 2(4), 346-364. <https://doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2016v2Especial2p346>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

**JOVENS MULHERES:  
desafios para construção da  
diversidade de  
representação nos meios de  
comunicação**

YOUNG WOMEN: challenges for  
the construction of the  
representation of diversity in the  
media

MUJERES JÓVENES: desafíos para  
la construcción de la  
representación de la diversidad  
en los medios

**Cynthia Mara Miranda<sup>1, 2, 3</sup>**

**RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo discutir as estratégias para o controle social da imagem das jovens mulheres a partir das propostas relacionadas à comunicação contidas em planos nacionais de políticas públicas construídos nas conferências nacionais de políticas para as mulheres realizadas em 2004, 2007 e 2011 e nas conferências nacionais de políticas para a juventude realizadas em 2008, 2011 e 2015. A partir da realização de análise documental e de conteúdo das resoluções das referidas conferências apresentamos como a discussão do tema avançou ao longo dos anos no campo institucional brasileiro. Ao abordar questões como comunicação, gênero e juventude nos documentos institucionais pontuamos os desafios que ainda

<sup>1</sup> Doutora e mestre em Ciências Sociais (UnB), graduada em Comunicação Social (UFT), Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM) e do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: [cynthiamara@uft.edu.br](mailto:cynthiamara@uft.edu.br).

<sup>2</sup> A primeira versão do artigo foi apresentada na Área Temática "Gênero, Democracia e Políticas Públicas" do 10º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Ciência Política realizado em Belo Horizonte entre os dias 30 de agosto a 2 de setembro de 2016, momento no qual recebi valiosos comentários que me permitiram acrescentar novas perspectivas ao estudo realizado.

<sup>3</sup> Endereço de contato da autora (por correio): Universidade Federal do Tocantins. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM). Avenida NS 15, 109 - Plano Diretor Norte, Palmas - TO, Brasil. CEP: 77001-090.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

persistem para a construção da diversidade de representação delas no cenário midiático brasileiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jovens mulheres; controle social; imagem.

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir las estrategias para el control social de la imagen de las mujeres jóvenes en las propuestas relacionadas con la comunicación contenida en los planes nacionales de políticas públicas integradas en las conferencias de política nacional de la mujer celebradas en 2004, 2007 y 2011 y la conferencias de política nacional para los jóvenes que llevaron a cabo en 2008, 2011 y 2015. Empezando por la realización del análisis documental y del contenido de las resoluciones de las conferencias, presentamos cómo las discusiones cerca del tema avanzó a lo largo de los años en el campo institucional brasileño. Abordando cuestiones tales como la comunicación, género y juventud en los documentos institucionales buscamos señalar los retos que aún existen para la construcción de la diversidad representativa en el panorama de los medios de Brasil.

**PALABRAS CLAVE:** jóvenes mujeres; control social; imagen.

## ABSTRACT

This article aims to discuss the strategies for social control of young women image from the proposals related to communication contained in national plans for public policies built in national policy conference for women held in 2004, 2007 and 2011 and the national policy conferences for youth held in 2008, 2011 and 2015. From a documentary and content analysis of the resolutions of these conferences presented as the theme of the discussion progressed over the years in the Brazilian institutional field. By addressing issues such as communication, gender and youth in institutional documents we pointed out the challenges that still exist for the construction of their representation of diversity in the Brazilian media landscape.

**KEYWORDS:** Young women; Social Control; Image.

Recebido em: 23.08.2016. Aceito em: 15.10.2016. Publicado em: 30.05.2016.

## Introdução

Os meios de comunicação têm uma importância primordial na vida dos seres humanos pois propagam valores, opiniões, informações e práticas culturais, seja pela transmissão de um programa de TV ou rádio, seja por jornais, revistas, sites de notícias, blogs ou até mesmo pelas propagandas. Embora existam legislações nacionais e internacionais que assegurem que os meios de comunicação devem respeitar a dignidade humana e transmitir a pluralidade cultural, nem sempre essa divulgação se dá de forma adequada e, igualmente, nem todas as vezes dissemina valores positivos de um determinado grupo social. Os princípios e garantias para tornar a comunicação social mais democrática no Brasil estão presentes no Capítulo IV da Constituição Brasileira de 1988. No entanto, mostram-se distantes da prática, para a maioria das cidadãs e dos cidadãos brasileiros, que não exercem nenhum tipo de controle social sobre os meios de comunicação.

O marco regulatório dos meios de comunicação no Brasil está defasado tendo em vista que o Código Brasileiro de Telecomunicações, que é a principal lei que regulamenta o funcionamento das emissoras de rádio e televisão o país, é de 1962. Muita coisa mudou no cenário mundial, passamos por uma revolução tecnológica e assistimos a um período de mudanças sociais, políticas e econômicas profundas em nossa sociedade.

Argentina e Uruguai, vizinhos do Brasil, por exemplo, mesmo com todos os embates e conflitos políticos entre movimentos sociais e empresas de comunicação aprovaram suas leis de comunicação, respectivamente em 2009<sup>4</sup> e em 2014. Tais leis

---

<sup>4</sup> Desde que Mauricio Macri assumiu o governo da Argentina em dezembro de 2015 ele tem investido esforços para desmatelamento da Lei dos Meios no país. Por meio de decretos, sem qualquer debate com o Parlamento e a sociedade civil, o presidente tentou modificar estrutura prevista na lei, porém em janeiro de 2016 juizes federais tomaram medidas cautelares interinas e deixaram sem efeito os decretos do presidente Macri, mediante os quais se deram a intervenção na Afsc (Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual), a dissolução de sua direção e da própria agência e a modificação das cláusulas antimonopólio da Lei de Meios argentina.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

sinalizaram um compromisso institucional para avançar em iniciativas de combate ao monopólio das comunicações, na garantia da diversidade de conteúdo na programação audiovisual e no respeito aos valores da dignidade humana preconizados na Declaração Universal dos Direitos Humanos.

O controle social dos meios de comunicação é fundamental para estabelecer estratégias para a democratização da comunicação pois funciona como um canal que permite a participação da população na gestão governamental das políticas públicas de comunicação. Segundo Marinoni (2015):

Algumas das condições mínimas para o exercício da democracia, apontadas ao longo da constituição do direito moderno, são a liberdade de expressão, o direito à informação e a participação nas decisões referentes às políticas públicas, incluída a política de comunicação. O direito à comunicação, entretanto, não se reduz à soma desses direitos. Ele, sim, configura um núcleo orientador e integrador daqueles, visando uma inserção positiva na dinâmica social de produção, distribuição, circulação e consumo de informação e de cultura (MARINONI, 2015, p.4).

Na sociedade brasileira, muitos são os obstáculos para que haja participação social nos processos decisórios relacionados as políticas públicas, principalmente as referentes à comunicação. A participação social, é ainda, um campo em construção, embora possamos citar algumas iniciativas, como é o caso das conferências nacionais de políticas públicas para as mulheres e para a juventude, foco do presente artigo.

Com o objetivo de reunir diversos segmentos da sociedade civil e governo, as conferências que foram uma marca dos governos do Partido dos Trabalhadores no Brasil no período de 2003 a 2016, representaram uma ampla arena política para debater propostas de políticas públicas com vistas a construção de planos nacionais para orientar a gestão pública, na elaboração das políticas sobre questões variadas, entre elas, mulheres e juventude.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo discutir o controle social da imagem das jovens mulheres, a partir das propostas relacionadas à comunicação, contidas em planos nacionais de políticas públicas construídos nas conferências

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

nacionais de políticas para as mulheres, realizadas em 2004, 2007 e 2011 e nas resoluções finais das conferências nacionais de políticas para a juventude, realizadas em 2008, 2011 e 2015. Para desenvolver a proposta será realizada uma análise documental e de conteúdo dos resultados dessas conferências para identificar como a discussão do tema avançou ao longo dos anos e como repercutiu no campo institucional brasileiro.

Num primeiro momento, o texto apresenta o perfil das jovens mulheres brasileiras retratado pelos meios de comunicação de massa, mostrando como a construção de um pseudo-padrão de representação da imagem é prejudicial para a democratização dos meios de comunicação. A seguir são apresentados os resultados da análise documental e de conteúdo das propostas das conferências diretamente relacionadas as jovens mulheres e a comunicação. Por fim, são elencados os desafios para a construção de uma representação plural da imagem das jovens mulheres nos meios de comunicação.

### **Jovens mulheres e comunicação nos espaços institucionais**

As jovens mulheres apresentam-se como um extrato significativo da população brasileira, que não é representado de forma plural pelos meios de comunicação. A juventude, para os diferentes produtos midiáticos, é, inegavelmente, um ideal que deve ser perseguido por todas as mulheres, não importa a faixa etária.

O retrato das jovens mulheres, apresentado pelos meios de comunicação de massa, provém de uma sociedade machista, racista e sexista, que não reconhece o papel que as mulheres desempenham em diversas esferas societárias (Miranda *apud* Lobato, 2014). Existe uma persistente cultura do estupro na sociedade brasileira, na qual as jovens mulheres têm sido as principais vítimas. Para Rost &Vieira (2015),o termo cultura do estupro é fenômeno que foi designado e denunciado por ativistas feministas,e refere-se a uma compreensão que "evoca a culpabilização das mulheres

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

em caso de violência sexual: a agressão passa a ser responsabilidade delas, que a legitimariam a partir de suas decisões de como se vestir, se comunicar ou viver a sua vida, especialmente no campo sexual e afetivo".

A forma como a imagem das jovens mulheres é representada pela mídia, além de enaltecer a jovialidade, acrescenta outras características que as jovens precisam ter, para conquistar uma 'suposta' realização pessoal e profissional, tal como ser magra, ter olhos claros, ser alta e loira.

Ao levar em consideração que a imagem tornou-se o meio de comunicação desta geração, isso significa dizer que a maneira como as pessoas são retratadas visualmente, terá muito mais influência na maneira como são vistas e percebidas. Se as jovens mulheres não são retratadas em toda a sua diversidade pelos meios de comunicação essa é uma forma de tornar invisível a representação delas na realidade social brasileira.

A sociedade do consumo e o modo de vida das sociedades atuais, cada vez mais tomados pela visibilidade na cultura midiática, projetam certos padrões de imagem que não correspondem às realidades vividas pela maioria das mulheres.

Ao vincular imagens de um único modelo para jovens mulheres, os meios de comunicação colocam à margem do sistema, as jovens que não se enquadram nesse modelo. Não é à toa que problemas relacionados a bulimia, anorexia e depressão tem afetado cada vez mais as jovens mulheres, que se sentem cada vez mais oprimidas pela chamada ditadura da magreza.

De acordo com a Plataforma de Ação de Pequim (1995), os estereótipos de gênero impedem que as mulheres sejam representadas de uma forma equilibrada e realista; assim, quando adicionamos o recorte geracional, nos deparamos com uma realidade ainda mais cruel, onde jovens mulheres são constantemente persuadidas a adotar um "pseudo-padrão de beleza" pelos meios de comunicação.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

Para Moreno (2012), as mulheres, dentro dessa concepção de sociedade do consumo, passam a ser consumidoras e, ao mesmo tempo, o próprio objeto de consumo masculino, o que vem a ocorrer por meio de uma representação padronizada de imagens de forte conotação sexual, veiculada nos mais diversos produtos midiáticos.

A transversalidade entre as questões de gênero e juventude, no âmbito da comunicação, configura-se um grande desafio para os movimentos das jovens mulheres e para o próprio Governo Federal. Segundo Miranda (*apud* Lobato, 2014), "Se, por um lado, a presença das palavras gênero e juventude em documentos institucionais no âmbito internacional e nacional demonstra o reconhecimento da pauta, por outro, é preciso traduzir o discurso institucional em ações concretas que tenham impacto na vida das jovens mulheres".

Para discutir o controle social da imagem das jovens mulheres foi realizada análise documental das propostas<sup>5</sup> relacionadas à comunicação com recorte de gênero e geração, contidas nos documentos finais das conferências nacionais de políticas para a juventude, realizadas em 2008, 2011 e 2015 e das conferências nacionais de políticas para as mulheres, realizadas em 2004, 2007 e 2011, ambas foram organizadas pelo governo federal brasileiro com a participação da sociedade civil. Tratam-se de documentos institucionais que foram criados com intensa participação popular na expectativa que servissem de base para a elaboração de políticas públicas em âmbito nacional.

Segundo Ludke e André (1986) a análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, seja complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema.

---

<sup>5</sup>Propostas foram aqui entendidas como diretrizes, metas, objetivos que textualmente fizessem referência à comunicação, na perspectiva de gênero e geracional.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

Há uma especificidade entre os referidos documentos finais das conferências que necessita ser destacada, para compreensão do material empírico analisado. Enquanto os documentos finais das conferências nacionais de políticas para as mulheres resultaram na construção de Planos Nacionais de Políticas para as Mulheres, os documentos finais das conferências de juventude não subsidiaram a construção de planos nacionais de políticas para juventude; contudo, serviram de base para a construção de políticas para juventude como o Plano de Prevenção à Violência contra Juventude Negra, o Programa Estação Juventude e o Estatuto da Juventude, por exemplo.

Além da análise documental, a análise de conteúdo (BARDIN, 2009) também ofereceu os subsídios necessários para identificar e categorizar as propostas relacionadas a comunicação com recorte de gênero e geração, simultaneamente. O procedimento inicial para a análise do material empírico foi a identificação de todas as incidências da palavra *comunicação* nos referidos documentos e seleção delas nas situações em que faziam referência direta às estratégias para garantir a pluralidade de vozes e também a diversidade de representações das jovens mulheres.

As demais incidências da palavra comunicação foram excluídas do corpo da análise, tendo em vista que seu significado não estava relacionado ao objeto do estudo como, por exemplo, quando a palavra comunicação se referia a nomenclatura da Secretaria Nacional de Comunicação, quando a palavra comunicação se referia à proposta de política pública de comunicação com recorte de gênero, mas sem referência a geração simultaneamente, ou quando a palavra se referia ao verbo comunicar. Após a análise documental, prosseguiu-se a análise do conteúdo que identificou e categorizou as propostas, apresentadas a seguir.

No Caderno de Resoluções da I Conferência Nacional de Políticas para a Juventude (2008) consta que foram aprovadas 70 resoluções, das quais 22 foram eleitas como prioritárias no documento final da conferência. Observa-se que em

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

nenhum momento houve menção a comunicação com recorte de gênero e geração, embora no documento o tema comunicação estivesse inserido como componente necessário para a construção das políticas públicas de juventude.

No Caderno final das propostas aprovadas na II Conferência Nacional de Políticas para a Juventude (2011), nota-se que entre os eixos temáticos da conferência, o Eixo 1 "Desenvolvimento Integral" trazia no seu corpo a proposta de número 6, que fazia referência às jovens mulheres e às políticas de comunicação:

Criar e implementar o *Plano Nacional de Comunicação e Juventude*, que deve contemplar a criação e ampliação dos Centros de Comunicação Popular, Telecentros, pontos de acesso público e o fomento a produção de mídias alternativas, como: programas de rádio, TV, mídias impressas, rádios escolares e comunitárias, internet etc., com prioridade para *os/as jovens como proponentes e produtores*, incentivando, preferencialmente, mídias produzidas a partir de metodologia de educomunicação, garantindo a expansão do acesso e a inclusão digital no campo e na cidade, ampliando os sinais de internet (banda larga) e telefonia, valorizando a cultura regional e garantindo a formação de educadores da rede pública para tratar dessa questão nas escolas e universidades (Propostas Finais Aprovadas da II Conferência Nacional de Juventude, 2011, p.2, grifo nosso)

A referência relaciona-se, indiretamente, ao controle social da imagem das jovens mulheres, uma vez que, ao tratar de formas de incentivo à criação de espaços midiáticos alternativos nos quais as jovens mulheres possam ser contempladas, isso possivelmente poderá ampliar o espaço para a diversidade, uma vez que as jovens terão a possibilidade de construir sua própria autorrepresentação na produção desses conteúdos midiáticos o que favorece a garantia da pluralidade de vozes.

No documento final da III Conferência Nacional de Políticas para a Juventude, identificou-se nove propostas eleitas como prioritárias para a ação do governo, entre elas nota-se que a proposta de número 3 enfocou a comunicação com uma pequena referência ao gênero:

36/1073 – Criar lei de fomento, criação de um canal e financiamento por meio de fundo específico e editais públicos para mídias alternativas (rádios, TVs, plataformas virtuais, dentre outros meios), incluindo todos os grupos minorizados (comunidades rurais, *mulheres*, LGBTs, negros, povos e

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

comunidades tradicionais, deficientes etc). Ampliando assim os espaços de participação *dos jovens* nos meios de comunicação, permitindo a manutenção, capacitação e profissionalização *dos jovens* comunicadores na produção de conteúdo e todas as expressões da juventude brasileira (Propostas Finais Aprovadas da III Conferência Nacional de Juventude, 2015, p1, grifo nosso).

A proposta faz referência, em primeiro lugar, às mulheres como grupo minorizado que necessita ter o acesso garantido para produzir conteúdo para mídia alternativa. É possível interpretar que, garantindo esse acesso para as mulheres, o espaço para a diversidade pode ser ampliado. A proposta refere-se às jovens de forma conjunta com os jovens, não há referência específica para o gênero feminino; mesmo sem essa referência direta, a questão da ampliação dos espaços de participação para as juventudes nos meios de comunicação é um fator fundamental para a garantia da diversidade de representação da imagem das jovens mulheres.

Como é possível notar, são poucas as referências nos documentos finais das conferências de juventude que abordaram de forma direta ou indireta a garantia da pluralidade de vozes e a diversidade de representações das jovens mulheres. A evidência é de certa forma contraditória tendo em vista que este seria um espaço legítimo para o debate, portanto esperava-se que tais questões estivessem mais visíveis nesses documentos o que nos faz indagar sobre a importância dada ao tema pelas delegadas e pelos delegados das conferências e também sobre o grau de representatividade das jovens mulheres participantes dessas conferências.

Os planos nacionais de políticas para as mulheres (2004, 2007 e 2011), de um modo geral, apresentaram mais detalhamento no que se refere à criação e implementação das políticas públicas de igualdade para as mulheres brasileiras. Objetivos, metas e diretrizes orientam os marcos para a elaboração das políticas públicas em várias áreas, com o intuito de avançar na igualdade entre os gêneros. Entretanto, cabe fazer uma ressalva com referência aos estágios diferenciados de institucionalização das questões das mulheres e das juventudes na estrutura do

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

governo federal, especialmente durante os governos do Presidente Lula e da Presidenta Dilma.

As questões das mulheres nas políticas de igualdade estão em um estágio mais avançado que as questões de juventude, considerando que já no segundo ano (2004) do governo do Presidente Lula, foi realizada a primeira conferência nacional de políticas para as mulheres, enquanto a primeira conferência nacional de políticas para a juventude foi realizada apenas no ano de 2008.

Além disso, observa-se que as políticas públicas de igualdade direcionadas às mulheres avançaram mais que as políticas para as juventudes, a exemplo da construção dos planos de políticas para as mulheres, que se apresentam mais detalhados que os documentos finais das conferências de juventude, sinalizando, por exemplo, a forma como a política será criada, implementada e monitorada. A seguir destacaremos como as questões do controle social da imagem das jovens mulheres apresenta-se nos referidos planos de políticas para as mulheres.

No I PNPM, resultado da I Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, nota-se que entre os objetivos, metas e prioridades do capítulo 2, que tem como tema a educação inclusiva e não sexista, a necessidade de "combater os estereótipos de gênero, raça e etnia na cultura e comunicação". Não há recorte geracional, como é possível notar, ainda assim a referência ao combate aos estereótipos de gênero na comunicação é algo fundamental para a construção de um marco regulatório para os meios de comunicação que, consequentemente, garantiria a presença da diversidade das jovens mulheres no universo midiático.

Já o II PNPM (2007) apresenta um avanço ao criar um capítulo para tratar da comunicação, o capítulo 8 "Cultura, Comunicação e Mídia Igualitárias, democráticas e não discriminatórias". No texto introdutório do capítulo destaca-se o seguinte trecho relacionado ao controle social da imagem das mulheres, com recorte geracional:

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

Nesse contexto, e considerando que as mulheres são hoje cercade 50% não só do público consumidor desses meios e mensagens, mas também do universo de produtores de conteúdo para tais suportes, é que se fez necessária e fundamental a inclusão do tema neste II PNPM, propiciando um espaço de debate plural, tendo a mulher e a mídia como um tema central de uma perspectiva cultural e política. As políticas de promoção da igualdade passam, portanto, a ter que considerar, necessariamente, as dimensões da cultura, da comunicação e da mídia em suas estratégias de valorização das diversidades e erradicação das *discriminações de gênero, raça/etnia, orientação sexual, geração, região*, entre outras. Reverter esses processos de construção de relações assimétricas de poder a partir dos campos de cultura e comunicação – em todas as suas dimensões – é um dos objetivos que passa a compor o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (II PNPM, 2007, p. 158, grifo nosso).

Ao colocar a comunicação como tema central para as políticas de igualdade, o texto ressalta a importância do controle social dos meios de comunicação para o avanço da igualdade entre os gêneros no país. Também destaca-se as seguintes prioridades, apresentadas no capítulo para colocar em prática esse controle:

- i) ampliar o debate nas esferas do Estado e da sociedade sobre a *representação da imagem das mulheres na mídia* e os significados dessa representação para a construção de uma sociedade mais solidária e igualitária;
- ii) contribuir para a formulação de um marco regulatório do Sistema de Comunicação do país, com propostas para o enfrentamento de abordagens preconceituosas e discriminatórias com relação a gênero, raça/etnia e orientação sexual, bem como de mecanismos institucionais que estimulem a produção e veiculação de mensagens e discursos visuais e sonoros não-discriminatórios;
- iii) assegurar a *introdução das perspectivas de gênero, raça/etnia e orientação sexual no debate sobre políticas públicas de comunicação*;
- iv) atuar junto aos meios de comunicação públicos e privados para a *ampliação dos espaços de expressão das mulheres* e de todos os segmentos discriminados;
- v) *garantir às mulheres o acesso à produção de conteúdo*, com especial atenção para a produção em áudio e audiovisual para veiculação em larga escala (II PNPM, 2007, p. 161, grifo nosso).

Entre os objetivos específicos do eixo está "IV. Contribuir para ampliar o controle social sobre a veiculação de conteúdos discriminatórios na mídia em geral". O capítulo 8 trata, de forma ampla e aprofundada, sobre as políticas de comunicação na perspectiva de gênero, porém trata a mulher de forma universal, sem recorte

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

geracional. A única menção ao recorte geracional está no final do capítulo, na prioridade 8.2 "Estimular a produção e a *difusão de conteúdos não discriminatórios e não-estereotipados das mulheres*, valorizando as dimensões de raça/etnia, orientação sexual e *geração*"(grifo nosso).

O capítulo 10 do II PNPM "Enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem as mulheres, com especial atenção às jovens e idosas" traz uma preocupação mais direcionada com o recorte geracional. No texto introdutório do capítulo há uma referência às jovens mulheres e à comunicação, mas focada em sua experiência nessa etapa da vida e na crítica da padronização da imagem das mulheres nos meios de comunicação:

Para as *mulheres jovens*, esse período é muito denso, pois devem responder a várias demandas apresentadas em poucos anos. Nesta etapa, se dá o que se convencionou chamar de vida dupla feminina, ocorrendo um acúmulo de responsabilidades com os aspectos tradicionais e modernos das responsabilidades consigo mesma, com a casa, filhos, trabalho e estudos. A estética da beleza é outro valor corrente que interfere na forma como *mulheres jovens* lidam com seus corpos, com suas vidas e como se inserem no espaço social. A estética comercializada pelos meios de comunicação idealiza um modelo único de mulher, sugerindo que esta seja a única possibilidade de inserção social "positiva", fixando-se um padrão de beleza a ser atingido que pouco representa a diversidade das mulheres brasileiras, além de evidenciar a necessidade constante da aprovação do outro, que muitas vezes é do sexo masculino (BRASIL, p. 180, 2007, grifo nosso).

Observa-se que o eixo difere do restante do plano, porque há uma preocupação direta em tratar as políticas de gênero, na perspectiva geracional:

A implementação das ações propostas ao longo do II PNPM exige que todo o governo esteja atento para as desigualdades que afetam com maior incidência as *mulheres jovens* e idosas, entendendo-se que as mulheres não constituem um segmento homogêneo, mas são marcadas por múltiplas identidades. Para que as mulheres possam, de fato, desfrutar de todos os seus direitos, faz-se primordial *considerar suas especificidades geracionais*, identificando e reconhecendo plenamente a diversidade presente em cada uma de suas etapas de vida. Tal iniciativa pressupõe, então, que o estudo das desigualdades e a consequente elaboração de políticas públicas partam do reconhecimento da pluralidade e da múltipla dimensão das complexas relações estabelecidas entre as diversas dimensões culturais e componentes das relações de gênero e geração (II PNPM, 2007, p. 182, grifo nosso).

Não há entre os objetivos gerais e específicos, metas e prioridades do capítulo, uma vinculação com a discussão das políticas públicas de comunicação e suas interfaces com o controle social da imagem das jovens mulheres.

No PNPM 2013-2015 (2011), construído na III Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, observa-se um aumento significativo das propostas relacionadas ao controle social da imagem das jovens mulheres. Propostas estão presentes no capítulo 8, que versa sobre "Cultura, esporte, comunicação e mídia"; no capítulo 9 do PNPM 2013-2015 (2011), que diz respeito ao "Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia" e no capítulo 10, que trata da "Igualdade para as jovens mulheres, idosas e mulheres com deficiência", capítulo este que destaca mais diretamente a questão das jovens mulheres.

No texto introdutório do capítulo 8 há uma referência afirmando que o Estado também deve se preocupar com o valor simbólico dos conteúdos veiculados nos diferentes meios de comunicação, já que esses conteúdos atuam na construção simbólica dos marcadores de gênero, etnia, raça, geração e classe. Assim, as diretrizes para as políticas de promoção da igualdade no referido plano "consideraram as dimensões da cultura, da comunicação e da mídia em suas estratégias de valorização das diversidades e fim das discriminações de gênero, raça/etnia, orientação sexual, identidade de gênero, geração, região".

Além disso, ainda no texto introdutório do capítulo 8, menciona-se que, alterar os processos de construção de relações assimétricas de poder, a partir dos campos de cultura e comunicação é um dos objetivos do PNPM 2013-2015 (2011). Entre os objetivos do capítulo 8, dois merecem destaque:

- I. *Promover uma imagem não estereotipada das mulheres, valorizando-as em sua diversidade;*
- VI. Contribuir para o debate do marco regulatório do sistema de comunicação brasileiro e formular propostas que contribuam para veiculação não discriminatória e não estereotipada da *imagem da mulher nos meios de comunicação* e em mensagens de utilidade pública,

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

promovendo a participação social (PNPM (2013-2015), 2011, p. 75, grifo nosso).

Os dois objetivos ressaltam a importância do controle social da imagem das mulheres em toda a sua diversidade, o que permite inferir que a questão geracional está contemplada nessa diversidade, e que o Estado deve assumir o compromisso de estabelecer o marco regulatório do sistema de comunicação brasileiro para que seja possível avançar na igualdade entre os gêneros nos meios de comunicação.

No capítulo 9 do PNPM 2013-2015 (2011) que trata do "Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia", há entre as metas um destaque sobre a questão de gênero e geração no combate a discriminação midiática:

*J. Produzir e difundir conteúdos não discriminatórios e não estereotipados das mulheres nos meios de comunicação, assim como promoção do acesso igualitário aos esportes e ao fomento às produções culturais, reconhecendo seu protagonismo e realizações nesses campos e valorizando as dimensões étnicas, raciais, de orientação sexual, de identidade de gênero e geracional* (PNPM (2013-2015), 2011, p. 86, grifo nosso).

No capítulo 10 que trata especificamente das jovens mulheres (Igualdade para as jovens mulheres, idosas e mulheres com deficiência), não há referência às políticas de comunicação.

A partir da realização da análise das propostas ao longo dos anos de 2004 a 2015, que corresponde ao período que foram realizadas conferências nacionais, quando debateram-se as políticas públicas para as mulheres e para juventude, nota-se que o tema "controle social da imagem das jovens mulheres" foi tratado superficialmente nos documentos que direcionam a elaboração das políticas públicas para esse segmento. Não é possível mensurar a materialidade dessa institucionalização a partir da análise desses documentos; o que se pode destacar é que a temática ganhou mais espaço na terceira conferência nacional de políticas para as mulheres e na terceira conferência nacional de políticas para a juventude.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

Nas conferências de juventude, o tema só ganhou uma dimensão mais ampla na terceira conferência, embora limitada, uma vez que enfatiza a importância da ampliação dos espaços de participação para as juventudes nos meios de comunicação, mais não aprofunda no detalhamento de uma política pública de comunicação voltada, exclusivamente, para o controle social da imagem das jovens mulheres.

Nas conferências das mulheres, o tema esteve presente desde a primeira, mesmo de forma indireta, quando tratou de forma geral o combate aos estereótipos de gênero na cultura e na comunicação, e ganhou mais destaque, como descrito na segunda e na terceira conferências, quando tratou de forma mais direta, num capítulo que tem entre os temas destacados, as jovens mulheres.

### **Considerações Finais**

O tema comunicação, como notamos, foi referenciado nos documentos finais das três conferências nacionais tanto das mulheres como da juventude. O destaque dado nesses documentos institucionais no que se refere às estratégias para garantir a pluralidade de vozes e também a diversidade de representações das jovens mulheres são formas de exercer o controle social da imagem das jovens mulheres.

Contudo é necessário pontuar a existência dos desafios que ainda persistem para a construção da diversidade de representação das jovens mulheres no cenário midiático brasileiro. Tornar a comunicação social instrumento para propagação da igualdade entre os gêneros e para mudança da representação da imagem das jovens mulheres veiculada pelos órgãos de informação no país, é um passo importante para a democratização dos meios de comunicação, que ainda estão concentrados nas mãos de poucas famílias que definem o conteúdo que a grande massa da população tem acesso. A exclusão das maiorias sociais da mídia e o controle da informação

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

serviram, historicamente, para garantir privilégios e manter a desigualdade no acesso ao poder (INTERVOZES, 2015) e a desigualdade entre os gêneros.

A questão da construção de estratégias de controle social da imagem das jovens mulheres, mesmo referenciada de forma limitada, representou avanço na institucionalização da pauta no âmbito dos espaços políticos das conferências; os documentos gerados nessas conferências devem ser reconhecidos como frutos de intensa participação social, inclusive das próprias jovens mulheres demandantes das políticas aqui descritas.

Todavia, o principal desafio para a materialização das propostas é o compromisso do governo federal com a implementação, através de adequada destinação orçamentária para essas políticas públicas, o que em um cenário de grande incerteza, dada a atual conjuntura política de instabilidade que impera no país, não é possível ter uma previsão. Com a saída brusca da Presidente do país, Dilma Rousseff, as políticas sociais são colocadas em xeque, especialmente as políticas voltadas para as mulheres e juventudes, que são políticas de governo e não alcançaram o status de políticas de estado.

A ruptura das políticas sociais - voltadas para mulheres e juventudes aqui destacadas -, que representam um legado do governo do Partido dos Trabalhadores iniciado em 2003 e paralisado em maio de 2016, não está descartada, o que torna vital a articulação dos movimentos das jovens mulheres feministas, para que o avanço alcançado a partir da institucionalização da pauta no governo federal, não seja apagado da história e que possa, no futuro, ser desdobrado em políticas públicas que garantam espaço para a diversidade de representação da imagem das jovens mulheres nos meios de comunicação.

## Referências

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. 70. ed. Lisboa, Portugal: LDA, 2009.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

BRASIL, Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM I)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2004.

\_\_\_\_\_. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM II)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2007.

\_\_\_\_\_. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM 2013-2015)**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2011.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Secretaria Nacional de Juventude. **Caderno de Resoluções da I Conferência Nacional de Políticas para a Juventude**. Brasília: Secretaria Nacional de Juventude, 2008.

\_\_\_\_\_. Secretaria Nacional de Juventude. **Propostas Finais Aprovadas da II Conferência Nacional de Juventude**. Brasília, 2011.

\_\_\_\_\_. Secretaria Nacional de Juventude. **Propostas Aprovadas da III Conferência Nacional de Juventude**. Brasília, 2015.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Caminhos para a luta pelo direito à comunicação no Brasil - como combater as ilegalidades no Rádio e na TV**. São Paulo: 2015.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli Elisa D. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MARINONI, Bruno. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. n. 13/2015, Friedrich Ebert Stiftung, Brasil, 2015.

MENESES, V. D.; MIRANDA, C. M.. Reflexões sobre a cultura da imagem e o imaginário feminino na publicidade. In: **Revista Observatório**, Palmas, v. 1, n.1, p. 162-184, 2015.

MIRANDA, C. M.. Debates sobre comunicação e cultura a partir do ponto de vista das jovens mulheres. In: LOBATO, Ana Laura. (Org.). **Jovens Mulheres e Políticas Públicas** (Livro Eletrônico) - Coleção juventude. Série Estudos, n. 2.2.ed.Brasília - DF: Presidência da República, v. 1, p. 168-180, 2014.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2Especial2p346>

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia** – controle social comparado. São Paulo: Publisher Brasil, 2012. 296 p.

ROST, Mariana. & VIEIRA, Miriam Steffen. Convenções de Gênero e Violência Sexual: a cultura do estupro no ciberespaço. In: **Contemporânea: comunicação e cultura**, Salvador, Universidade Federal da Bahia, v.13, n.02, p. 261-279, mai./ago. 2015.